



Laurent RENARD (95P)  
délégué général de l'Association CPA

# Copyrights numériques : simplement un nouveau *business model*

« Le téléchargement illégal sur les réseaux *peer-to-peer* est la plus grande menace à laquelle doit faire face l'économie du cinéma et de la musique de tous les temps » déclarent les responsables de ce secteur. Mais au fond, tout cela n'est-il pas qu'un simple changement de *Business model*, comme en ont connu toutes les industries dans leur histoire, simplement contrées par des intérêts particuliers puissants qui font tout pour se défendre, au nom de principes nobles mais fallacieux ?

Des industries émergent à un moment donné pour répondre à un besoin, fournissent des biens ou services répondant au développement humain, vivent et prospèrent. Lorsqu'un produit plus performant satisfait mieux le besoin initial, ou lorsque ce besoin initial devient satisfait ou dépassé, ces industries disparaissent pour laisser place à de nouvelles industries mieux adaptées aux besoins.

Prenons l'exemple du besoin de l'homme de se déplacer. C'est toute une activité liée au transport des hommes et des marchandises qui est née. D'abord, autour des chevaux et de leur usage (selles, brides, bottes, charrettes, fers) et de métiers associés (éleveurs, dresseurs, cochers, maréchaux-ferrants, etc.). Le chemin de fer, puis l'automobile et l'avion ont pris le relais

faisant disparaître le cheval comme moyen de transport dans les pays développés, le réservant à une activité de loisir. Autre exemple, la règle à calcul, accessoire indispensable aux étudiants et scientifiques pendant de nombreuses années, est aujourd'hui introuvable si ce n'est dans certaines brocantes.

L'avènement des circuits imprimés a permis d'obtenir les mêmes fonctions de calcul en apportant davantage de précision, de rapidité et de simplicité avec les calculatrices de poche. Le cheval a été utilisé pendant plusieurs dizaines de milliers d'années avant d'être remplacé. Le chemin de fer n'a que deux siècles d'existence et est déjà en déclin dans certains pays comme les Etats-Unis qui ont fait le choix de privilégier le développement de l'avion

depuis le début du siècle. Enfin, l'avion comme l'automobile n'ont également qu'une centaine d'années d'existence. A mesure que nous évoluons, les mutations sont de plus en plus rapides, entraînant des contraintes d'adaptation que tous ne peuvent suivre au rythme des changements.

## Naissance et évolution des industries devenues aujourd'hui numériques

Quel est le point commun entre une photo, un livre, un CD musical, un DVD et un CD software (ou CND Contenu Numérique Divers) ? Au-delà de leurs caractéristiques techniques qui les différencient, ces supports ont pour vocation commune de distraire, d'ins-

truire ou de cultiver. Autre point commun avec l'évolution technologique, tous les contenus de ces supports peuvent maintenant être numérisés, stockés, dupliqués, envoyés très facilement, rapidement et pour un coût modique. Cette numérisation permet d'unifier des supports jusque-là très disparates qui étaient produits par des industries totalement différenciées par le passé. Quelles sont les différentes étapes qui ont amené des contenus aussi différents à s'unifier sous un seul format ?

A titre d'exemple, le texte. A l'origine, des moines ou des scribes écrivaient ou copiaient des manuscrits qui, de par la difficulté et la limite de leur production, étaient chers et réservés à une élite, aussi bien économique qu'in-

Texte	Image	Son	Vidéo	Opération	Qté	Copie
calligraphie	peinture	orchestre	théâtre	processus	1	artisanal
imprimerie	photographie	disque	cinéma	programme	n	industriel
photocopie	photocopie	magnétique	magnétique	magnétique	xn	individuel
numérique	numérique	numérique	numérique	numérique	nx..xn	Internet

telle. L'avènement de l'imprimerie a permis de démocratiser l'accès aux livres par une production de masse plus économique. La photocopieuse a donné ensuite la possibilité à chacun de dupliquer tout ou partie d'un livre facilement. Enfin, le numérique permet aujourd'hui, pour un coût négligeable, de copier ou transférer pratiquement instantanément, d'immenses quantités de texte. Le processus, initialement artisanal, s'est industrialisé avec des outils industriels de production de masse, pour tendre à devenir aujourd'hui individuel et universel.

### Un modèle économique presque « magique »

Prenons à présent l'exemple du son pour expliquer ce modèle économique si particulier qui s'est développé avec l'industrialisation de la production et de la distribution des contenus. A l'origine, les musiciens ou chanteurs, en solo ou en orchestre, se déplaçaient de ville en ville et étaient rémunérés pour leur prestation. Leurs gains, qui pouvaient être confortables, restaient forcément limités par le nombre de spectateurs à chaque concert et le nombre de leurs représentations. Chaque revenu était lié à une prestation réelle et plus l'artiste créait

et/ou interprétait ses créations, plus il augmentait ses revenus. Le stade industriel, avec l'apparition du disque vinyle, a brisé ce modèle.



L'artiste qui ne travaillait qu'une fois en enregistrant son album, percevait des revenus liés aux ventes de ce disque, sans qu'il ait à se produire sur scène, si ce n'est la promotion de son œuvre assurée par sa maison de production. C'est à partir de ce moment que les rémunérations des artistes ont commencé à être déconnectées de leurs prestations réelles et se sont envolées. De même,

le métier de producteur fit son apparition en jouant un rôle d'intermédiaire et de financier. Vint ensuite la bande magnétique qui permet,

physiquement mais illégalement, de dupliquer le contenu. Le phénomène resta limité car le processus de copie était lent et surtout perdait en qualité. De plus, que ce soient les disques vinyle ou les cassettes magnétiques, ces supports vieillissaient mal et devaient être renouvelés après quelques années si l'on voulait conserver une qualité de bon niveau. Ce modèle, unique et que l'on peut presque qualifier de « magique », ainsi que les

contraintes de renouvellement et les difficultés de duplication des supports, ont permis de donner naissance à une énorme industrie ainsi qu'à de fabuleuses fortunes bâties en quelques années à peine. Des processus similaires se sont appliqués à l'image, à la vidéo et aux programmes informatiques, contribuant à la création de groupes parmi les plus puissants au monde, que ce soit les maisons d'édition, les stu-

dios de musique ou de cinéma, les chaînes de télévision ou les éditeurs informatiques, si puissants aujourd'hui.

Que ce soit dans le pétrole, l'automobile, les biens de consommation, l'hôtellerie, la chimie ou même les télécommunications et la pharmacie, chaque revenu est bien lié à la production d'un bien ou d'un service dont le coût de production a une existence réelle et n'est pas nul ou marginal. Les consommateurs ne peuvent pas pour autant dupliquer leurs produits, alors qu'ils peuvent le faire sans problème, avec l'avènement du numérique, pour les produits du type CND. C'est cette nouvelle donne qui nous fait nous interroger sur le devenir de ces industries, qui sont parmi celles qui ont connu les progressions les plus spectaculaires dans la seconde moitié du XXe siècle et qui risquent, pour certaines d'entre elles, de connaître une chute encore plus rapide que ne fût leur ascension.

### L'heure des fortunes rapides

Ce mode de diffusion industrielle a permis à nombre d'auteurs, photographes, musiciens, chanteurs ou acteurs de faire rapidement fortune alors que d'autres, n'ayant pas vécu dans une

période de diffusion aussi généralisée mais ayant des talents au moins équivalents, n'ont jamais pu n'avoir qu'une vie confortable. Cette facilité dans la diffusion de masse, outre le fait de favoriser artistes, éditeurs et producteurs, a également entraîné une baisse dans la qualité, nullement compensée par les quantités produites. Les phénomènes de mode qui aujourd'hui permettent à des artistes sans talent particulier de vendre, sur un coup médiatique, plusieurs millions d'exemplaires d'un produit, et non d'une œuvre, ont fait disparaître le tamis naturel qu'était le temps qui ne laissait apparaître, et survivre, que les œuvres d'une qualité certaine. Aujourd'hui, certains artistes sont davantage célébrés pour le nombre d'exemplaires qu'ils ont vendus ou reconnus pour leurs revenus conséquents alors que de grands talents restent encore dans l'ombre, en marge des grands circuits de distribution de masse et des priorités marketing des éditeurs. Le phénomène de la rapide globalisation du marché est d'autant plus amplifié pour le son ou l'image. En effet, nul besoin de traduire du son ou de l'image pour pouvoir le diffuser mondialement, y compris en ce qui concerne les chansons, qui sont de plus en plus en anglais. Ceci explique pourquoi, notamment pour la chanson, certains artistes se retrouvent dans les classements des personnes les plus riches de leur pays alors que cela aurait été impensable au début du siècle. De leur côté, éditeurs et producteurs, en assumant leur rôle d'intermédiaires

efficaces et quelquefois sélectifs, se sont hissés, eux aussi, dans le top des industries les plus profitables mais aussi les plus puissantes grâce à leurs liens particuliers avec les médias diffuseurs de leurs contenus.

### La propriété intellectuelle : une notion fluctuante et évolutive

Il est aujourd'hui possible de profiter d'un CND sans l'avoir acheté, et cela de manière tout à fait légale. Il suffit de vous le faire prêter voire de l'emprunter dans une média-



thèque. L'intérêt de l'emprunt varie, selon l'utilisation qui est faite de ces supports. Pour le livre, l'album photos ou le DVD, on peut considérer que l'intérêt baisse après une première utilisation. En revanche, pour le CD musical ou le CD software, si le contenu plaît ou s'avère utile, on peut être tenté de l'utiliser fréquemment, voire plusieurs fois par jour. La solution de l'emprunt présente dans ce cas moins d'avantages car elle ne répond pas au besoin d'une utilisation répétée et durable de ce type de produits. Sauf si on en fait une copie. Illégale aujourd'hui. Il vous est néanmoins possible

de partager l'usage de ces supports empruntés avec d'autres, et cela en toute légalité. La copie individuelle non commerciale est également aujourd'hui tolérée, notamment pour les contenus informatiques, en termes de sauvegarde, afin de préserver son investissement en cas de destruction physique du support. En revanche, si cette copie individuelle est destinée à être offerte à des amis, ou si elle a des fins commerciales pour être revendue directement ou exploitée tels des pièces de théâtre adaptées d'un livre, films distribués en

sation. Avec le numérique, la copie et la distribution se font sur Internet, de manière très rapide et en laissant peu de traces. Surveiller de manière permanente tout le trafic Internet, les sites de téléchargement, tous les échanges individuels ou les empêcher d'exister, est difficile. Ils se reconstruisent plus vite qu'une usine de production de polos! Sans donner raison à Proudhon qui affirmait que « la propriété c'est le vol », nous devons quand même nous interroger sur la légitimité et le devenir de la propriété intellectuelle.

Avec des contenus numérisés, et notamment dans le cas d'œuvres artistiques, se pose la question du seuil à partir duquel on peut considérer qu'il s'agit d'une copie. Prenons l'exemple du texte. Deux livres peuvent avoir le même nombre de mots ou même de lettres, éventuellement les mêmes mots ou même des lettres identiques, tout en ayant un sens et une histoire totalement différents. Le même raisonnement peut être effectué sur l'image, le son, la vidéo ou les programmes étant donné que tous les contenus numériques peuvent se réduire à une suite de 0 ou de 1. Si nous considérons alors que la structure même est plus importante que les éléments qui la composent, il convient de définir le pourcentage de similitude qui devrait définir une copie. Si l'on retient 100 %, c'est-à-dire si l'on considère que les structures et les composants doivent être rigoureusement identiques, il est très facile de contourner le système. Il suffit d'apporter une modification mineure sur le contenu, comme remplacer un mot par

un synonyme ou rajouter un mot, pour que l'on ne puisse pas être accusé de copie ou de plagiat. En effet, lorsque l'on sait que moins de 2 % séparent le patrimoine génétique de l'homme de celui du chimpanzé, on est bien forcé d'admettre qu'une différence, même mineure, différencie de manière relativement importante le résultat. En retenant un pourcentage de 70 ou 80 %, cela deviendrait alors une limitation insupportable aux possibilités futures de création. Pour caricaturer, prenons un exemple fameux.  $E=mc^2$  est assez peu différent de  $E=mc^3$ . Pas plus de 20 % d'écart car un terme différent sur cinq. Si quelqu'un avait déposé  $E=mc^3$ , Einstein aurait-il dû s'interdire ses recherches sous peine d'être accusé de plagiat? De même pour les *samplings* en musique. Faut-il s'interdire d'intégrer une partie existante dans un ensemble plus vaste pour en faire une nouvelle création? Si cela n'est plus possible, encore une fois, c'est une atteinte insupportable pour le développement et la création future. Cette limitation, appliquée à la connaissance en général, entraverait le progrès et la création et toute l'humanité en supporterait les dramatiques conséquences. Enfin, à partir du moment où ce n'est que la structure qui différencie deux contenus numériques, rien de plus simple que de crypter ces fichiers pour leur stockage. Des logiciels gratuits et surpuissants qui permettent de réaliser aisément cette opération donnent ainsi la possibilité de détenir ces contenus sous des formes totalement différentes des originaux, tout en permet-

tant, lorsque l'on souhaite les exploiter, de les décrypter grâce à une clef secrète et incassable. On voit bien qu'une conception trop restrictive du droit d'auteur est inapplicable et que, suivant un principe éprouvé, il est inutile de légiférer si l'on est incapable de faire respecter le droit ainsi défini. La disparition du droit d'auteur, dans des conditions d'utilisation non commerciale, c'est-à-dire sans que le copieur en tire un bénéfice financier, n'est qu'une péripétie qui sonne un changement dans un business model existant en ramenant les profits des studios et des artistes à des niveaux plus raisonnables, et apportant ainsi une diversité que l'on avait perdue. Le créateur redevient un artiste désireux de faire connaître son œuvre pour une rémunération raisonnable et non une idole fascinant plus par ses cachets que par son talent. Comme dans tous les domaines de la consommation dans nos sociétés développées, la valeur d'usage d'un produit manufacturé, tel un CD pour un chanteur, perd en valeur aux yeux du public pour être remplacée par un produit plus chargé en valeur émotionnelle, tel qu'un concert « live » pour lequel on est prêt à payer plus cher en raison de son caractère unique et non reproductible à l'identique.

### L'argent, la renommée ou la diffusion d'un message

Avec la révolution qui s'annonce liée à la vague Internet, des contenus numériques et des communications hauts débit ainsi que les inévitables changements se

dessinant quant à la notion de droit d'auteur, les créateurs sont en face d'un vrai choix quant à leurs motivations et leurs buts ultimes. Ils doivent clairement choisir entre l'argent, la renommée ou la diffusion d'un message. La renommée peut enrichir grâce à des prestations dérivées. La diffusion d'un message, s'il est suffisamment puissant et mobilisateur, peut donner du pouvoir et de la renommée. Une hiérarchie naturelle se dessine ainsi dans ces trois motivations avec le message dominant la renommée, car pouvant également l'obtenir de manière dérivée, qui elle-même domine l'argent, car pouvant également se monnayer. Le décryptage des motivations réelles des créateurs au travers de ces trois alternatives a pour mérite de clarifier les choses. En effet, si l'on prétend vouloir faire passer un message, il semble illogique de s'accrocher outre mesure à ses droits d'auteurs et l'on privilégiera plutôt une large diffusion de ses créations. Si l'on recherche la renommée, outre la large diffusion nécessaire que procure l'abandon de ses droits d'auteurs, il ne sera possible que par la suite de monnayer, de manière dérivée, son image. Enfin, ceux pour lesquels l'argent est la principale motivation devront, pour justifier la défense de leurs droits d'auteurs, être cohérents en le reconnaissant ouvertement. Le mercantilisme n'est en aucun cas répréhensible, ni même détestable. C'est une nécessité mais qui doit simplement s'afficher clairement. Enfin, de la même manière que tout contenu (texte, image, film ou programme pouvant se résumer à une

suite de 0 ou de 1 codifiés) peut être transmis et dupliqué via des câbles en cuivre, des ondes magnétiques, des fibres ou des faisceaux optiques, tout minéral, végétal, animal ou même humain est composé des mêmes éléments de base (des atomes assemblés d'une certaine manière à un instant donné). Il viendra certainement un jour où il sera possible d'analyser très rapidement la structure d'un être humain, de la codifier dans un contenu numérique, de transmettre ce fichier numérique pratiquement instantanément en un autre lieu et de recréer, à partir des mêmes éléments de base que sont les atomes et du plan de montage que représente le fichier numérique, le même être, vivant. Cela s'appelle la téléportation et il n'est pas irréaliste de concevoir que sa réalisation pratique sera possible un jour prochain (n'oublions pas que l'électricité, et encore moins le nucléaire, n'était même pas concevable il y a moins de deux siècles). Ce jour-là, qui n'est pas pour demain je vous l'accorde, la question de la duplication et de la copie de fichiers numériques prendra une autre dimension et les débats sur le clonage qui nous agitent actuellement apparaîtront bien obsolètes, bien que les enjeux soient on ne peut plus cruciaux. En effet, il sera alors possible, lors d'un déplacement virtuel en ligne, de dupliquer et de reproduire un individu, à son insu. Nous avons heureusement encore quelques siècles pour anticiper le problème et nous préparer à de longs débats lorsque la question se posera.

■ Laurent RENARD <sup>(95P)</sup>